



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LOS EXPORTADORES DE
CERÁMICA DE CHULUCANAS – PIURA, 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA

Rosa Maura Palacios Barranzuela

ASESOR:

DR. Randall Jesús Seminario Unzueta

LINEA DE INVESTIGACION:

Comercio Internacional

LIMA – PERU

2016

PAGINA DEL JURADO

Página del Jurado

DR. RANDALL JESUS SEMINARIO UNZUETA
Presidente

DR. SABINO MUÑOZ
Secretario

MG. FERNANDO LUIS MARQUEZ CARO
Vocal

Dedicatoria

El presente proyecto de investigación dedico a mi fuerza y motivación, mi madre, pues son invaluable los sacrificios que realizo para lograr mi meta. A mis hermanos por su amor incondicional.

Agradecimiento

A Dios quien ha forjado mi camino y me ha guiado por el camino correcto, a mi asesor Randall Jesús Seminario Unzueta por ayudarme a cumplir con éxito esta investigación. A mi madre por todas sus enseñanzas y alentarme constantemente a cumplir con mis objetivos, a mis hermanos por toda la paciencia que han tenido conmigo y a mis familiares por su valioso apoyo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Rosa Palacios Barranzuela con DNI N° 62761512, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima 16 de noviembre del 2016

Rosa Palacios Barranzuela

INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
INDICE.....	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	¡Error! Marcador no definido.
1.1 Realidad Problemática	¡Error! Marcador no definido.
1.2 Trabajos previos	¡Error! Marcador no definido.
1.3 Teorías relacionadas al tema	¡Error! Marcador no definido.
1.4 Formulación del problema	¡Error! Marcador no definido.
1.5 Justificación del estudio	¡Error! Marcador no definido.
1.6 Objetivo	¡Error! Marcador no definido.
II. MÉTODO	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1 Tipo de Investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.2. Diseño de la Investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2 Variables, operacionalización.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3 Población y muestra	¡Error! Marcador no definido.
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	¡Error! Marcador no definido.
2.5 Métodos de análisis de datos.....	¡Error! Marcador no definido.
III. RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
IV. DISCUSIÓN	¡Error! Marcador no definido.
V. CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
VI. RECOMENDACIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
VII. REFERENCIAS.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Instrumento.....	¡Error! Marcador no definido.
Validación de los instrumentos	¡Error! Marcador no definido.

Matriz de consistencia **¡Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

El presente Proyecto de Investigación tiene como objetivo principal Describir las Estrategias Competitivas de los exportadores de cerámica de Chulucanas.

Las conclusiones a las que hemos llegado con la presente investigación son: investigación se logró determinar que las estrategias competitivas que aplican los exportadores de cerámica de Chulucanas- Piura, 2016 en sus empresas, no siempre es la correcta. Sólo el 10% de los exportadores aplica la estrategia de liderazgo en costos lo que evidencia el desconocimiento de los microempresarios de la utilización herramientas competitivas para potencializar el rendimiento de su empresa. Además solo el 16,67% consideran logran ejecutar la estrategia de diferenciación, con ello, se determina que los microempresarios no han definido el valor diferencial de su producto. También se obtuvo que el 60% considera que algunas veces aplican la estrategia de enfoque, lo cual evidencia la falta de segmentación para identificar su principal mercado.

Se tomó como muestra a los microempresarios de la cerámica representantes conformado por 30 exportadores familiares. La validación del instrumento se realizó a través del “juicio de expertos y la confiabilidad del mismo, se hizo a nivel estadístico con el “Alfa de Cronbach”. La investigación es de diseño no experimental de tipo transversal, ya que ninguna de las variables será manipulada y solo será descriptiva.

Palabras claves: Cerámica, Exportadores, Estrategia

ABSTRACT

The present research project has as main objective to describe the Competitive Strategies of the exporters of ceramics from Chulucanas.

The conclusions that we reached with the present investigation are: research was able to determine that the competitive strategies applied by the exporters of Chulucanas-Piura, 2016 in their companies, is not always correct. Only 10% of exporters apply the strategy of leadership in costs which shows the lack of knowledge of microentrepreneurs to use competitive tools to boost the performance of their company. In addition, only 16.67% consider to be able to execute the differentiation strategy, thus, it is determined that microentrepreneurs have not defined the differential value of their product. It was also found that 60% consider that sometimes they apply the approach strategy, which shows the lack of segmentation to identify their main market.

The micro-entrepreneurs of the ceramics were sampled as representatives of 30 family exporters. The validation of the instrument was made through the "expert judgment and the reliability of the same, was done at statistical level with the" Cronbach Alpha. The research is of non-experimental design of transversal type, since none of the variables will be manipulated and will only be descriptive.

Keywords: ceramics, exporters, strategy